**FICHA MATERIA MÁSTER PROPIO**

*O nome da materia debe indicarse en galego, castelán e inglés mentres que o resto dos apartados deberanse cubrir no idioma en que se impartirá o título propio*

|  |
| --- |
| NOME MATERIA (Galego): MARKETING NOS SERVIZOS DE SAÚDE |
| NOME MATERIA (Castelán): MARKETING EN LOS SERVICIOS DE SALUD |
| NOME MATERIA (Inglés): MARKETING IN HEALTHCARE SERVICES |
| Módulo/Especialidade: MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DA XESTIÓN SANITARIA |
| Tipo: [x] Obrigatoria [ ] Optativa  |
| ECTS TOTALES: 3 | ECTS TEORICOS: 1 | ECTS PRÁCTICOS: 2 |
| Semestre/Cuadrimestre:Primeiro |
| Modalidade: Mixta |
| COMPETENCIAS ASOCIADAS: CB4, CG4, CE6, CT3Indicar códigos da táboa 2.3 da proposta |
| Descrición xeral: O Márketing Sanitario brinda os coñecementos e ferramentas necesarias para crear e liderar con éxito un Proxecto de Marketing dentro do sector sanitario centrado na xestión da imaxe, a identidade e comunicación corporativa e a experiencia de cliente centrada no novo E-Paciente. |
| Coordinador/a: Francisco Reyes SantíasEquipo docente:1) Xabier Martínez Rolán2) María Dolores Fernández Marcos3) Luis Fraga |

|  |
| --- |
| Resultados de aprendizaxe: Capacidade para coñecer os fundamentos do márketing sanitario.Entender a dimensión estratéxica do márketing sanitario. Utilizar a investigación de mercado para desenvolver e mellorar os programas de saúde pública< Coñecer a evolución do paciente como consecuencia do desenvolvemento as tecnoloxías da información. Deseñar campañas de comunicación, tanto internas como externas. Coñecer as tendencias en márketing sanitario.  |

|  |
| --- |
| Programa académico:CONTIDOS A contorna dos servizos sanitarios O reto do márketing en sanidade. O coidado centrado na paciente Segmentación e posicionamento. Técnicas para coñecer ao usuario dos servizos sanitarios. Opcións estratéxicas dos provedores de servizos sanitarios. Marketing interno. Calidade obxectiva e calidade percibida en sanidade A proposta de valor en sanidade: produto e servizo. A imaxe de marca das organizacións sanitarias. Captación e fidelización de clientes. O novo paciente dixital (e-patient). Entender a experiencia do paciente. O patient journey (PJ). Ferramentas para a análise do PJ. Comunicación institucional, corporativa e empresaria. Ferramentas de márketing dixital en servizos sanitarios. Comunicación co paciente. Xestión de crise en sanidade. |

|  |
| --- |
| Metodoloxía docente:Conceptos de planificación. Planificación estratéxica. Planificación sanitaria. Concepto e ferramentas para a planificación sanitaria. Planificación estratéxica de servizos sanitarios. A política sanitaria. Planificación en Centros Provedores de Servizos. Planificación estratéxica hospitalaria: Plans Directores e Plans Funcionais. Misión, Visión e valores. A planificación tecnolóxica. A avaliación das tecnoloxías sanitarias. A planificación das necesidades sociosanitarias. O aseguramento sanitario. O aseguramento público e o aseguramento privado. Os seguros de saúde e de dependencia. O aseguramento público. MUFACE. O aseguramento Privado en España: Experiencias: SANITAS, ADESLAS, ASISA, e outras. O aseguramento sanitario en Europa #ante a libre circulación de cidadáns |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competencias****asociadas** | **Actividades formativas****SÍNCRONAS** | **Horas síncronas presenciais** | **Horas síncronas****virtuais** | **Horas de traballo autónomo do estudante** |
| CB4, CG4, CE6, CE7, CT3 | Sesión docente | 12 | 4 | 34 |
|  | Descrición da actividade formativa |       |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |       |
|  | ECTS TOTALES = 2 | 12 | 4 | 34 |

***Las horas síncronas estarán comprendidas entre 8 y 12 por ECTS en modalidade síncrona***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Competencias****asociadas** | **Actividades formativas****ASÍNCRONAS** | **Horas titorización** | **Horas de traballo autónomo do estudante** |
| CB4, CG4, CE6, CE7, CT3 | Sesión docente | 4 | 21 |
|  | Descrición da actividade formativa |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |
|  | Descrición da actividade formativa. |       |       |
|  | ECTS TOTALES = 1 | 4 | 21 |

***Las horas de titorización estarán comprendidas entre 4 e 8 por ECTS en modalidade asíncrona***

|  |
| --- |
| Metodoloxía de avaliación: Metodoloxía de avaliación: A avaliación da aprendizaxe dos estudantes baséase nun sistema de avaliación continua que inclúe a realización de traballos prácticos, participación nas clases, test de autoavaliación e proxectos individuais ou en grupo. Este enfoque permite monitorizar o progreso do estudante ao longo do curso, axustando as necesidades educativas e reforzando os coñecementos de maneira dinámica. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Competencias****avaliadas** | **Probas de avaliación** | **% Ponderación** |
| CB4, CG4, CE6, CE7, CT3 | traballos prácticos, participación nas clases, test de autoavaliación e proxectos | 100% |
|  | Descrición do tipo de proba |       |
|  | Descrición do tipo de proba |       |
|  | Descrición do tipo de proba |       |
|  | Descrición do tipo de proba |       |
|  |  | 100% |

|  |
| --- |
| Plataformas de Teledocencia e titorización: Moovi, Campus Remoto UVigo, Kumospace  |